

INFORME ANUAL DE RESULTADOS 2025

Fundación Hablemos de Trabajo Doméstico

Introducción

Informe según procesos organizacionales

1. Agenda pública y política
2. Comunicaciones y cambio cultural
 - 2.1. Redes sociales
 - 2.2. Boletín *La Casa en Orden*
 - 2.3. Sitio web especializado
 - 2.4. Programa Saber Contratar
 - 2.5. Posicionamiento en medios masivos
3. Generación de conocimiento especializado
 - 3.1. Valor Doméstico
 - 3.2. Incidencia especializada - eventos
4. Sostenibilidad

Retos 2026

Agradecimientos

Introducción

El 2025 fue un año extremadamente retador para la Fundación Hablemos de Trabajo Doméstico y nos permitió evidenciar la vigencia de nuestra misionalidad. Si en años anteriores nos enfocamos en sentar bases y estructurar procesos, este año nos exigió fortalecer nuestras líneas estratégicas, ampliar alianzas y una mayor presencia en escenarios de incidencia pública.

El cuidado como asunto público y político, presente ya en las entidades gubernamentales como pilar necesario para el bienestar social, es la categoría en la cual desarrollamos nuestra misión y visión. Dentro de éste, el trabajo doméstico remunerado es una de las formas de realizar las tareas de cuidado. En este marco, nuestro trabajo se dirige a dos poblaciones, las de la oferta y la demanda de personas trabajadoras domésticas.

En cuanto a la oferta, en Colombia son mujeres en un 92 %, por lo cual las denominamos en femenino como trabajadoras domésticas, como la mejor traducción del inglés de *Domestic Workers*, ocupación usada por la OIT en el Convenio 189, y paraguas jurídico y conceptual del sector. Son 717.000 trabajadoras[1], en números redondos, y sufren desde hace 15 años entre el 85 % y 80 % de informalidad laboral.

Esta informalidad lastra sus posibilidades de bienestar y el de sus familias, lo cual se evidencia en indicadores como: salarios promedio por debajo del salario mínimo vital, jornadas laborales por encima del máximo diario sin pago de horas extras, y afiliación a pensión de jubilación solo en el 19 %. Estas empleadas del hogar tienen el doble rol de trabajadoras no remuneradas en su casa o cuidadoras no remuneradas, lo cual pone más crítica su situación de discriminación social y económica, entre otras vulneraciones a sus derechos.

En cuanto a la demanda de trabajo doméstico, no contamos con estudios e indicadores que nos permitan caracterizar y entender las diferentes necesidades y posibilidades de los hogares. Sabemos que todos los hogares necesitan trabajo de cuidado, pero no sabemos cuáles y en qué condiciones quieren y pueden pagar servicios de cuidado doméstico. Hasta el momento, las políticas públicas han abordado la demanda como un grupo homogéneo, concepto muy impreciso que dificulta la eficacia de las políticas públicas y todo tipo de servicios del Estado y del mercado. Necesitamos estudios que describan, segmenten y prueben modelos que permitan avanzar consistentemente en el trabajo doméstico formalizado.

Simultáneamente, hay avances que nos esperan, pues son también evidencia del impacto positivo de los programas de la Fundación. Mencionamos:

- Legislación laboral de trabajo doméstico, equiparada con los demás sectores laborales.
- Movimiento sindical de trabajadoras domésticas fortalecido.

- Más alianzas multisectoriales pro-derechos del trabajo doméstico y cuidados, con presencia de los sectores social, académico, empresarial, gubernamental y sindical.
- Más empresas que facilitan la prestación de servicios de cuidado y trabajo doméstico garantizando la formalidad laboral de los/las trabajadoras.
- Más universidades, redes y grupos generando investigaciones y evidencias para la toma de decisiones.
- Medios masivos con el trabajo doméstico y el cuidado como temas de su agenda.
- Ciudades modelo en avances de contratación formal como Medellín y Bogotá, con 49 % y 41 % respectivamente, frente al 20% del promedio de formalización del sector en el país. Debemos analizar las buenas prácticas territoriales para extrapolarnos.
- Constitución y consolidación de sistemas de cuidado en ciudades y en el país.

Nuestra labor sigue guiada por una convicción clara: el trabajo doméstico debe ser reconocido, valorado y protegido en condiciones de dignidad. El reto es encontrar y avanzar en las vías y mecanismos para la materialización de los derechos.

Informe según los procesos organizacionales.

1. Agenda pública y política

Comunicaciones y cambio cultural El posicionamiento del trabajo doméstico en la agenda pública continuó siendo una de nuestras apuestas estratégicas. Durante el 2025 fortalecimos la interlocución con actores clave del ecosistema, consolidando alianzas y ampliando nuestra incidencia en espacios nacionales e internacionales.

En el ámbito internacional, desde el 2024 nos habíamos focalizado en la alianza con USAID, con dos proyectos. Lamentablemente, esta agencia de cooperación suspendió abruptamente su apoyo a todos los proyectos sociales en el mundo, y terminó liquidándose como entidad. Dado que la Fundación es una organización muy joven y pequeña en cantidad de personal permanente, fue impactada negativamente con esta liquidación, en todos los proyectos del 2025. A pesar de esto, tuvimos la fortaleza emocional e intelectual para reorientar nuestras acciones, pero todo el sector social recordará el 2025 con dolor y preocupación, tanto por nuestras organizaciones como por las causas y las personas beneficiarias.

A nivel nacional, alcanzamos 23 procesos intencionados con organizaciones que hacen parte del ecosistema de cuidado y trabajo doméstico, incluyendo sindicatos de trabajadoras domésticas, organizaciones sociales, academia, sector público y sector privado. Entre ellas mencionamos la Fundación Bien Humano, la Escuela Nacional Sindical - ENS y la Caja de Compensación Familiar Comfama, UTRASD, la Intersindical del trabajo doméstico, congresistas participantes en la Reforma Laboral del país, la Mesa de Economía del Cuidado de Antioquia y Medellín; empresas como Symplifica, Hogaru, Ima Limpia y Aurora;

instituciones académicas como la Universidad de Antioquia, Universidad EAFIT, Universidad de los Andes, Universidad Javeriana, Universidad La Salle, Universidad del Rosario; y entidades territoriales como el Concejo de Medellín, la Secretaría de las Mujeres de Medellín y la Secretaría de las Mujeres de Antioquia.

En cuanto a visibilidad mediática del sector y de la Fundación, logramos 6 publicaciones analíticas intencionadas en medios masivos, fortaleciendo nuestra presencia en la conversación pública y aportando al posicionamiento del trabajo doméstico como tema de interés nacional.

Este trabajo reafirma nuestra convicción de que el cambio social se construye desde lo colectivo, articulando esfuerzos entre distintos sectores para incidir de manera efectiva en políticas, narrativas y prácticas.

2. Comunicaciones y cambio cultural

Durante 2025 fortalecimos nuestra manera de comunicar reflexionando cada vez más en las necesidades y contexto de nuestras audiencias. Cada mensaje publicado durante el año respondió a la intención de acercar el trabajo doméstico, como trabajo asociado a derechos y al bienestar de la vida cotidiana y de la productividad del país.

Más allá de informar, nuestra apuesta siguió siendo pedagógica: traducir temas complejos en contenidos cercanos, útiles y comprensibles para distintas audiencias. En cada pieza, publicación y espacio de conversación, la pedagogía se hizo visible como una parte esencial de nuestra manera de comunicar.

Esa línea también nos permitió seguir consolidándonos como un puente entre el conocimiento, las personas, y los subsectores que hacen parte de este sistema.

A lo largo del año, fuimos una fuente de consulta confiable para empleadores y empleadas del hogar que buscan orientación clara; para investigadores interesados en comprender mejor las realidades del trabajo doméstico; y para medios de comunicación que encontraron en la Fundación una voz experta para enriquecer la conversación pública sobre el trabajo doméstico en Colombia.

Internamente, además, consolidamos formatos con identidad propia que facilitaron la creación de contenidos y nos permitieron responder con mayor oportunidad a las necesidades de comunicación y al relacionamiento público de la Fundación.

2.1. Redes sociales

Las redes sociales continuaron siendo uno de los principales espacios de encuentro con nuestras audiencias.

Durante 2025, estos canales nos permitieron no sólo informar, sino también escuchar y responder las preguntas constantes alrededor del trabajo doméstico en el país. Cada contenido fue pensado como una oportunidad para acompañar tanto a empleadores como a trabajadoras del hogar con información práctica, clara y en un lenguaje sencillo.



Nuestra presencia digital siguió creciendo de manera orgánica, impulsada por una comunidad que encuentra en la Fundación un espacio confiable para aprender, consultar y reflexionar.

Mantenemos presencia en Instagram, Facebook, X y YouTube. También contamos con perfil en Threads, aunque sigue siendo una red con menor interacción por parte de la audiencia.

Número total de piezas producidas:

- Reels: 70
- Posts: 67
- Carruseles: 55
- Historias: 28
- Banners: 10

Es significativo que nuestra audiencia en redes sociales es mayoritariamente femenina: entre el 70 % en X y el 80 % en Facebook e Instagram. Esto refleja que buena parte de quienes siguen estas conversaciones son mujeres vinculadas al trabajo doméstico, ya sea desde la experiencia laboral como trabajadora del hogar o desde dentro del hogar como empleadora.

En YouTube ocurre algo distinto: la audiencia es 68 % masculina y 32 % femenina. Sin embargo, los comentarios y preguntas siguen llegando principalmente de mujeres.

Colombia continúa siendo el país donde tenemos mayor alcance, aunque también contamos con audiencias importantes en México, Argentina, España y Estados Unidos.

Y así nos movimos en cada una de las redes:

Instagram

Instagram siguió siendo la red con mayor crecimiento de audiencia y la que mantuvo una tendencia sostenida a lo largo del año.

En 2025 creció un 8 %, con un total de 4.482 seguidores al cierre del año. Los meses con mayor número de visualizaciones fueron septiembre y octubre, impulsados por nuestra participación en la Fiesta del Libro de Medellín y por contenidos relacionados con el cuidado y la contratación en el trabajo doméstico, especialmente el de la periodista Yolanda Ruiz, que escribió y leyó su columna relacionada con el cuidado

Además, el artículo "Algo estamos haciendo bien en la contratación de las trabajadoras del hogar" fue uno de los contenidos con mejor recepción y abrió nuevas conversaciones en medios nacionales.

El promedio mensual de visualizaciones fue de 10.100.

Facebook

Mantiene su crecimiento más moderado, pero estable. Para 2025, creció 1 % en audiencia y cerramos el año con 3.143 seguidores.

Tuvimos un cierre de 8.000 visualizaciones promedio por mes y junio fue un mes muy importante en esta red, porque suscitó mucho interés el carrusel relacionado con la explicación de los cambios más importantes en el trabajo doméstico con la reforma laboral.

Esta red sigue siendo un canal importante para orientar a la audiencia y dirigir tráfico hacia la página web.

X (antes Twitter)

En X observamos un comportamiento diferente frente a años anteriores.

Aunque la comunidad disminuyó un 2 % y cerramos el año con 4.946 seguidores, esta red continuó siendo importante para la visibilidad institucional, sobre todo con tomadores de decisión.

El promedio de visualizaciones fue de 61.000 y más de 1.900 interacciones.

El contenido que más nos dio visibilidad fue la ecard de felicitación al Metro de Medellín en sus 30 años con 3.000 visualizaciones, seguido por hilo de la sesión en vivo de Saber Contratar (prima y cierre de año) con 2.300 visualizaciones y la videocolumna de Andrea Londoño, directora de la Fundación, con el resumen de la nota Algo estamos haciendo bien en la contratación de las trabajadoras del hogar.

YouTube

Tuvo un comportamiento valioso.

Aunque la comunidad disminuyó un 2 % y cerramos el año con 4.946 seguidores, esta red continuó siendo importante para la visibilidad institucional.

La principal audiencia está en Colombia, Argentina, México y España.

2.2. Boletín *La Casa en Orden*

Durante 2025, el boletín digital, enviado por correo electrónico, siguió consolidándose como un espacio para conversar con mayor profundidad con nuestras audiencias.

A través de este canal compartimos reflexiones, investigaciones, noticias y aprendizajes que ayudaron a ampliar la mirada sobre el trabajo doméstico y el cuidado, llegando a lectores que buscan una relación más cercana con el contenido de la Fundación.



Más que un canal informativo, el boletín se convirtió en una manera de mantener viva una conversación pausada y significativa.

Datos destacados:

- Número de ediciones enviadas: 4
- Tasa de apertura: 60 %
- Tasa de clics: 5 %

En total 712 personas [LG1] recibieron contenido a lo largo del año. Con el fin de facilitar el acceso a este contenido también creamos en nuestra página web la sección que recoge todas las ediciones.

2.3. Sitio web especializado

La página web siguió fortaleciéndose y hoy es uno de los sitios del país más consultados por la ciudadanía y por profesionales especializadas sobre temas de cuidado y trabajo doméstico.

Durante 2025, fue el lugar donde muchas personas encontraron respuestas claras a preguntas frecuentes sobre contratación, formalización, derechos, cuidado y actualidad del trabajo doméstico.

Los contenidos pedagógicos siguieron siendo los más visitados, confirmando que existe una necesidad real de información confiable explicada en un lenguaje cercano.

Les contamos en cifras

- Contenido creado: 18 notas
- Páginas vistas: 100.000, la mayor parte de las visitas son por búsqueda orgánica en internet. En enero (salario mínimo) y diciembre (pago de la prima) tuvimos los números más altos de visitas, en promedio en estos dos meses, 16.000.
- Audiencia están, principalmente, en Colombia: (Bogotá, Medellín y Cali); Estados Unidos; México y España.

Una de las novedades más importantes del año fue la incorporación de la traducción al inglés de los contenidos, una herramienta que ha resultado especialmente útil para ampliar nuestro alcance internacional, porque en promedio 600 personas al mes los consultan en esta lengua.

2.4. Programa Saber Contratar

Saber Contratar es un programa mensual, en vivo, emitido por YouTube y Facebook, en alianza con Symplicifica y la Universidad Eafit. Es uno de los espacios más valiosos

para acercar información útil a quienes necesitan orientación práctica sobre el trabajo doméstico.

Durante 2025, este proyecto siguió ayudando a resolver dudas reales sobre contratación, seguridad social, prestaciones y los cambios con la reforma laboral.

Además de su valor pedagógico, este espacio siguió nutriendo otros canales de comunicación de la Fundación, permitiendo que un mismo contenido pudiera transformarse en múltiples formatos para distintas audiencias.

Para ilustrar, la parrilla del año 2025 fue:

- Enero. Cesantías sin enredos
- Marzo. ¿Cómo se contrata a la empleada doméstica? Evita errores y hazlo bien
- Abril. ¿Se pagan domingos y festivos en el trabajo doméstico? ¡Averígualo!
- Mayo. ¿Contratas a una empleada por días? ¡Toma nota!
- Junio. Así se paga la prima en el trabajo doméstico
- Julio. La reforma laboral en el trabajo doméstico
- Agosto. Las preguntas más frecuentes en el trabajo doméstico con la reforma laboral.
- Septiembre. Los mitos (de contratación) del trabajo doméstico
- Octubre. El Sisbén: ¿qué es importante tener en cuenta?
- Noviembre. Las vacaciones y licencias en el trabajo doméstico
- Diciembre. El trabajo doméstico al final de año: pago de la prima y más

En total, durante el año alcanzamos más de 14.000 reproducciones, siendo la [sesión de mayo](#) la más vista, con más de 8.000 reproducciones.

2.5. Posicionamiento en medios masivos

La Fundación continuó posicionándose como una voz de referencia para medios de comunicación internacionales, nacionales y regionales.

Periodistas y equipos editoriales nos consultaron para contextualizar noticias, comprender cambios normativos y enriquecer la conversación pública sobre trabajo doméstico.

Cada aparición en medios fue una oportunidad para llevar una conversación especializada a públicos más amplios y seguir poniendo el trabajo doméstico en un lugar visible dentro de la agenda pública.

Los medios que consultaron y/o mencionaron a la Fundación durante el año fueron:

- Programa Mañanas Express de RCN. Día Internacional de las trabajadoras del hogar.
- Q'hubo Medellín. Medellín trabaja por cambiar la historia del empleo doméstico.

- El País Américas. La violencia sexual contra las trabajadoras domésticas, un capítulo oculto de la historia colombiana
- El Colombiano. Trabajadoras domésticas trabajarán 42 horas a la semana tras reforma.
- El Colombiano. Vinculante y por escrito el nuevo contrato para trabajo doméstico
- Portafolio. A trabajadoras domésticas se les reconocerá la negociación colectiva: Mintrabajo
- Caracol radio. Empleadas domésticas podrán participar en negociaciones colectivas: Mintrabajo en Cartagena.
- Blu Radio. Contratos formales de empleadas domésticas en Colombia: cifras son alentadoras.
- El Colombiano. Del 38% al 81%, así se dio el salto histórico de los contratos escritos en el trabajo doméstico en Medellín
- Pódcast Who Cares. Trabajadoras del servicio doméstico en Colombia: cambios y continuidades en postpandemia

3. Generación de conocimiento especializado

3.1. Valor Doméstico

Durante 2025, la Fundación cumplió con la promesa de ofrecer gratuitamente [Valor Doméstico, consistente en un tablero de información estadística del sector de trabajo doméstico en Colombia](#), actualizado anualmente. En la construcción y actualización se usan datos de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) con la información anualizada más reciente, en este caso 2024.

La actualización implicó el procesamiento, análisis y visualización de datos para distintos públicos. A través de su integración en Power BI, se facilitó el acceso a la información y su consulta de manera dinámica. Valor Doméstico ofrece información de 9 categorías descriptivas de la formalización laboral del trabajo doméstico; estas son: Características de las personas trabajadoras domésticas, formalización laboral, contrato laboral, salarios, jornada, prima, cesantías, vacaciones, estabilidad laboral; estas categorías se pueden cotejar con el resto de sectores productivos del país; ofrece también la opción de hacer cruces dinámicos con las 23 ciudades principales del país, así como cruces con los 15 últimos años, es decir, desde el 2010.

El proceso incluyó ejercicios de revisión, validación y acompañamiento en la publicación y socialización de la herramienta, contribuyendo a su apropiación por parte de audiencias externas.

La validación por pares realizada durante el 2025 es uno de los controles de calidad más serios que hemos aplicado a esta herramienta estadística. En este proceso nos reunimos y recibimos conceptos de aprobación, crítica y sugerencias por parte de personas de 6 facultades de economía del país, asegurándonos que fueran profesionales con experiencia en temas de cuidado y género.

3.2. Incidencia especializada

La Fundación tiene cada vez más presencia como voz especializada en escenarios académicos, sociales y públicos, para la construcción pública del conocimiento sobre el sector de cuidado y trabajo doméstico remunerado.

Cada evento representó una oportunidad para fortalecer alianzas, compartir conocimiento y seguir ampliando la conversación. Mencionamos los más importantes eventos en los que fuimos participantes:

- Universidad Pontificia Bolivariana y Red Compasiva. II Congreso del Cuidado y la Compasión Humana. Ponentes con la conferencia: La economía del cuidado: visibilizando contribuciones de las personas cuidadoras.
- X Conferencia Latinoamericana y Caribeña de Ciencias Sociales y organizada por Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – Clacso. Ponentes del tema "Hogares que cambian, trabajos que se transforman: Discusiones en torno a los retos de la formalización del #trabajodoméstico remunerado en Colombia"
- Pontificia Universidad Javeriana. Grupo focal con personas cuidadoras y relacionadas con el trabajo doméstico de la investigación "Movilidad, género y emisiones: ¿Cómo nuestros patrones de movilidad influyen en el cambio climático?"
- Alcaldía de Medellín, Secretaría de las Mujeres. Panel del Día Nacional de la persona cuidadora.
- Gerencia social Comfama. ¿Cómo se vive la diversidad en la cultura de una empresa?
- Trenzando juntas en Internet. Proyecto de Las Escuchadoras - Puentes. Coorganizadora y ponente del evento de formación de trabajadoras domésticas para el uso consciente de Internet.
- Fiesta del Libro de Medellín. Ponentes con Utrasd.
- Social Fest. Panel La inclusión, la equidad y la diversidad del Social Fest.
- Mesa de Economía del Cuidado de Antioquia y Medellín. Coorganizadoras, Foro "El derecho al cuidado y el cuidado como derecho: ¿Hablamos de lo mismo?"

4. Sostenibilidad

La sostenibilidad representó el mayor reto del 2025. Entendemos el concepto "Sostenibilidad" como la condición necesaria para la continuidad y el crecimiento de la Fundación. Como lo anotamos al inicio, la liquidación abrupta del contrato con USAID para la ejecución de un proyecto interinstitucional, el primero de cooperación internacional de la Fundación, implicó cambios traumáticos, que por fortuna pudimos solventar, pero que implicaron la disminución de los alcances proyectados en todas nuestras áreas de trabajo.

En este sentido, la labor administrativa fue intensa y dedicada a ajustarnos al nuevo concepto de cooperación en Colombia, que hasta el momento había liderado ese agente de apoyos financieros y técnicos para el sector social.

Retos 2026

Las dificultades del 2025 nos reafirmaron la pertinencia de la misionalidad de la Fundación y la necesidad de diversificar las rutas de sostenibilidad y temáticas sobre el cuidado.

Nuestras metas 2026 están concentradas en:

- Estructurar y modelar la sostenibilidad financiera y la gestión de recursos.
- Diversificar la gestión de recursos con especial énfasis en la temporalidad: lo inmediato, lo mediano y el largo plazo.
- Consolidación de comunidades de empleadoras/es y de trabajadoras domésticas.
- Avanzar en la sistematización de información y gestión del conocimiento.
- Concretar alianzas nacionales en torno a productos y servicios.
- Empaquetar y modelar los productos y servicios para las necesidades reales de las poblaciones beneficiarias y usuarias (clientes en lenguaje comercial).
- Investigar y caracterizar nuestras audiencias o clientes para entender sus necesidades actuales y proyectar las oportunidades de servirles.

Agradecimientos

Los avances de la Fundación durante 2025 no habrían sido posibles sin el compromiso, la paciencia y el acompañamiento de muchas personas que han creído en esta causa y han sostenido, desde distintos lugares, el crecimiento de la organización.

Agradezco de manera muy especial a la Junta Directiva y al equipo de trabajo, por su trabajo comprometido, generoso, técnico y afectuoso; por acompañar los momentos de decisión, así como los momentos de duda y los errores. Ustedes nos han permitido continuar con la mirada puesta en el propósito social.

A nuestros voluntarios y voluntarias, gracias por poner al servicio de esta causa su tiempo, su conocimiento, su experiencia profesional y su calidad humana. Su aporte pequeño, mediano o grande es un motor que nunca alcanzaremos a agradecer lo suficiente.

A nuestros donantes, gracias por creer en nosotras y por aportar recursos que se convierten en investigación, pedagogía, incidencia, comunicación y acción. Recibimos su confianza con gratitud y con un profundo sentido de responsabilidad. No les defraudaremos.

Finalmente, agradecemos al ecosistema de personas, organizaciones sociales, entidades aliadas, empresas, academia y organizaciones de trabajadoras domésticas que han hecho parte de este proceso. Su presencia nos recuerda la razón de ser esta "terquedad" intelectual y solidaria. Sabemos que no estamos solas: somos parte de un engranaje más amplio que busca reconocer, dignificar y proteger el trabajo que sostiene la vida cotidiana de millones de hogares.

Seguiremos trabajando con seriedad, transparencia y convicción para que cada aporte contribuya a transformar las condiciones del trabajo doméstico en Colombia.



Andrea Londoño Sánchez

Directora

Hablemos de Trabajo Doméstico

[1] Valor Doméstico. Tablero estadístico de datos del sector de trabajo doméstico en Colombia. <https://trabajodomestico.org/datos-del-trabajo-domestico-en-colombia/>